



ប្រការចាំបាច់ដើម្បីជោគជ័យក្នុងកិច្ចការធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍ គឺការសម្រេចចិត្តឲ្យបានហ័ស និងច្បាស់លាស់ ត្រូវតាមទិសដៅ ពោលគឺ ត្រូវផ្ដោតលើការផ្តល់ជូនអតិថិជននូវអ្វីដែលគេត្រូវការ និងចង់បាន គឺមិនមែនត្រឹមតែផ្តល់នូវ សេវាប្រៃសណីយ៍ដែលតែងតែធ្លាប់បានផ្តល់ជូនអតិថិជនទេ។ ធុរកិច្ចណាដែលខកខានមិនបានបំពេញកិច្ចការនេះ ធុរកិច្ចនោះនឹងប្រឈមនឹងហានិភ័យខ្ពស់ ដោយត្រូវបាត់បង់អតិថិជន ហើយនឹងឈានដល់ការដួលរលំ។

ការបរិយាយខាងដើមនេះ មិនមែនមានន័យថា ប្រៃសណីយ៍មិនបានធ្វើនូវវត្ថុទាំងស្រុងនោះទេ។ វិស័យនេះបានធ្វើនូវវត្ថុ ប៉ុន្តែគ្រាន់តែការធ្វើនូវវត្ថុមានលក្ខណៈបុរាណ ដោយផ្ដោតលើ ផលិតផលស្នូល, ដំណើរការប្រតិបត្តិការ, ប្រសិទ្ធភាព, ផលិតភាព, កាសន្សំសំចៃថ្លៃដើម, ការបង្កើនផលិតផល ប៉ុន្តែមិនបានផ្ដោតលើ សេចក្ដីត្រូវការរបស់អតិថិជន។ ដើម្បីជោគជ័យលើការងារធុរកិច្ចវិស័យប្រៃសណីយ៍ គេចាំបាច់ត្រូវគិតគូរលើការបង្កើត វប្បធម៌នៃការធ្វើនូវវត្ថុ, ការប្រើប្រាស់ឲ្យមានជាប្រយោជន៍នូវធាតុចូលទាំងឡាយដែលផ្តល់ជូនដោយនិយោជិត និងអតិថិជនរបស់ខ្លួន, ស្វែងរកជំនួយពីអ្នកជំនាញ, បង្កើតប្រភេទផលិតផលដែលងាយនឹងធ្វើពាណិជ្ជកម្មបាន, និង ត្រូវមានភាពរួសរាន់ទាន់ពេលវេលាឆ្លើយតបទៅនឹងការប្រែប្រួលនៃទីផ្សារ។

ខាងក្រោមនេះជាយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការធ្វើធុរកិច្ចវិស័យប្រៃសណីយ៍ នៅក្នុងសម័យកាលវិកចម្រើនដ៏សម្បូរ បែបនៃមធ្យោបាយទំនាក់ទំនងតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក៖

1. ធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍ត្រូវផ្ដោតលើអ្នកទទួល ( focus of receiver )
2. លក់ ឬផ្ទេរសិទ្ធិទូរកញ្ចប់ ឬផ្នែកនៃការធ្វើធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍ ( Franchise Effectively )
3. ការធ្វើនូវវត្ថុ ( Innovate )
4. បង្កើតប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសម្រាប់ការទទួលចែកចាយទំនិញដែលទិញតាមអ៊ិនទែណេត ( Create an Ecosystem )
5. ផ្តល់សេវាចល័ត ( Go Mobile )
6. សមាហរណកម្មសេវាប្រៃសណីយ៍ជាមួយសេវាផ្សេងទៀត ( Integrate your channels )

**១- ធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍ត្រូវផ្ដោតលើអ្នកទទួលបញ្ជី ( Focus on the receiver )**

យើងដឹងហើយថាសព្វថ្ងៃនេះមានមនុស្សមិនច្រើនទេ ដែលនៅនិយមចូលចិត្តការសរសេរសំបុត្រ, ការផ្ញើវិក័យប័ត្រ ឬការទូទាត់វិក័យប័ត្រតាមរយៈការផ្ញើវិក័យបត្រតាមសេវាប្រៃសណីយ៍ដើម្បីទូទាត់ ( Physical Mail )។ ជាក់ស្ដែងគឺថា ទីផ្សារប្រៃសណីយ៍កំពុងផ្លាស់ប្តូរ- មិនមែនទីផ្សារប្រៃសណីយ៍កំពុងធ្លាក់ចុះទេ។ សេចក្ដីត្រូវការក្នុងការទំនាក់ទំនងរបស់ មនុស្សកំពុងកើនឡើងកាន់តែច្រើន មិនមែនមានការធ្លាក់ចុះទេ។ អ្វីដែលមនុស្សត្រូវការនាពេលបច្ចុប្បន្នគឺ ការ ទំនាក់ទំនងដ៏ឆាប់រហ័សមួយ ដែលមានលក្ខណៈអាចបញ្ជាបាន និងមានលក្ខណៈជាបុគ្គល ដូចជា តាមរយៈការប្រើ E-mail, Twitter, Facebook ជាដើម ហើយមនុស្សបច្ចុប្បន្នត្រូវការការទំនាក់ទំនងតាមបែបផ្ទាល់ខ្លួនរបស់គេ។ គេក៏ត្រូវ

ការមានសិទ្ធក្នុងការត្រួតពិនិត្យលើការដឹកជញ្ជូន និងការចែកចាយបញ្ជីរបស់គេដែរ។ ទីផ្សារក៏បានប្តូរទៅកាន់អតិថិជន ដែលទិញទំនិញតាមអាំងទែណែត ហើយដែលទំនិញនោះនឹងត្រូវបានបញ្ជូនទៅដល់ទីកន្លែងដែលអតិថិជននោះកំពុង តែស្ថិតនៅ។

ធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍ត្រូវចាប់ផ្តើមដោយការគិតពិចារណា និងការធ្វើសកម្មភាពធុរកិច្ច ដូចជា ការធ្វើសកម្មភាព ដូចអ្នកលក់រាយ និងកាត់បន្ថយចេញរាល់បណ្តាសកម្មភាពណាដែលមានចរិកជាភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាល។

**២- ការលក់ ឬការផ្ទេរសិទ្ធិនូវកញ្ចប់ ឬផ្នែកនៃការធ្វើធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍ ( Franchise Effectively )**

ដោយមានការលើកលែង តាមរយៈច្បាប់ និងកាតព្វកិច្ចសេវាសកល ប្រតិបត្តិការប្រៃសណីយ៍ឯកជននៅអឺរ៉ុប បានទាញយកប្រយោជន៍នូវកញ្ចប់សេវាធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍ដែលមានសក្តានុពលចំណូលខ្ពស់, ផ្តោតលើតម្លៃ ផលិតផលថោក និងប្លែកៗគ្នា តម្រូវតាមអតិថិជនភាគច្រើន។

ប្រៃសណីយ៍ត្រូវបានកាត់បន្ថយចំណាយលើប្រតិបត្តិការ, បង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការលក់រាយ និង ដំណើរការនៃ ការចែកចាយ និងបណ្តាញ រួមទាំងការធ្វើសេវាការូបនីយកម្ម។ ការធ្វើសេវាការូបនីយកម្មប្រៃសណីយ៍បានជម្រុញផងដែរ ឲ្យមានការប្រកួតប្រជែង, ការចេញលក់ផលិតផលថ្មី ឬសេវាថ្មីៗ, ការកាត់បន្ថយចំណាយ, ការប្រើប្រាស់កាន់តែមាន ប្រសិទ្ធភាពនូវបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ និងការបង្កើនផលប្រយោជន៍កាន់តែច្រើន ទៅតាមតម្រូវការដែលអតិថិជនចង់បាន។

មានមតិផ្សេងទៀតបានលើកឡើងថា ការធ្វើឯកជនការូបនីយកម្ម និងការធ្វើអនិយតកម្មនៃសេវាប្រៃសណីយ៍ នៅអឺរ៉ុប បានធ្វើឲ្យសេវាមានការធ្លាក់ថយចុះ, តម្លៃសេវាកើនឡើង, ធ្វើឲ្យលក្ខខណ្ឌការងាររបស់និយោជិតកាន់តែមិន ល្អ, ការកាត់បន្ថយប្រាក់បៀវត្ស និងការបាក់បែកនៃទំនាក់ទំនងពលកម្ម។ តែទោះបីយ៉ាងណាក៏វិស័យប្រៃសណីយ៍នៅ តែបាននាំមកនូវផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ចប្រទេស។

ផលប្រយោជន៍មុនគេបំផុតដែលប្រៃសណីយ៍នាំមកគឺ ការទទួលខុសត្រូវចំពោះភាគហ៊ុន ( ចំណូលថវិកាជាតិ ) របស់រដ្ឋាភិបាល ហើយប្រៃសណីយ៍មានកាតព្វកិច្ចចំពោះប្រជាជនក្នុងប្រទេស ក្នុងការធ្វើប្រតិបត្តិការប្រកបដោយ ក្រមសីលធម៌ និងប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។ ប្រៃសណីយ៍ក៏មានកាតព្វកិច្ចក្នុងការផ្តល់បៀវត្សដល់និយោជិតរបស់ខ្លួនក្នុងកម្រិត សមរម្យ, កន្លែងបំពេញការងារប្រកបដោយបរិស្ថានសុវត្ថិភាព, ផលិតភាព, មានការគាំទ្រ និងការចូលរួម។

ខណៈពេលដែល“ការិយាល័យភ្នាក់ងារប្រៃសណីយ៍” មានការពេញនិយម ការធ្វើឯកជនការូបនីយកម្ម ឬ ការ លក់ ឬការផ្ទេរសិទ្ធិនូវកញ្ចប់ ឬផ្នែកនៃការធ្វើធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍នៅមានដំណើរការយឺតនៅឡើយ។ តាមរបាយការណ៍ របស់សាជីវកម្មប្រៃសណីយ៍អន្តរជាតិ ( International Postal Corporation- IPC ) បានបង្ហាញថា យ៉ាងតិច៤០%នៃ ប្រៃសណីយ៍ក្នុងប្រទេសឧស្សាហកម្មមិនទាន់បានធ្វើឯកជនការូបនីយកម្មការិយាល័យលក់រាយរបស់ខ្លួនពេញលេញ នៅឡើយ។ ខណៈពេលដែលប្រៃសណីយ៍នៅតាមប្រទេសដទៃទៀតបានត្រៀមផ្លាស់ប្តូរ ឬធ្វើឯកជនការូបនីយកម្មនូវ ការិយាល័យសាជីវកម្មប្រៃសណីយ៍របស់ពួកគេដោយការចុះកិច្ចសន្យា ឬដាក់ទីតាំងការិយាល័យ ឬបញ្ជូននៅក្នុងអគារ

ឬប្តូរដែលមិនមែនជាកម្មសិទ្ធិរបស់ប្រៃសណីយ៍; ម៉ូដែលនៃការធ្វើធុរកិច្ច និងលទ្ធភាពរកចំណូលរបស់គេក៏មានការខុសប្លែក។

ក្នុងពិភពនៃការលក់រាយនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ ការធ្វើឯកជនការរូបនីយកម្មតែមួយមុខនៅមិនទាន់គ្រប់គ្រាន់ទេ ប្រតិបត្តិការប្រៃសណីយ៍ចាំបាច់ត្រូវមានគំរូសំរាប់ការលក់រាយមួយប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងប្រសិទ្ធផលសម្រាប់ជួយដល់ការខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់ខ្លួន។ ជាក់ស្តែង ប្រៃសណីយ៍កាណាដា (Canada Post) បានបង្កើតគំរូនៃការធ្វើឯកជនការរូបនីយកម្មការិយាល័យប្រៃសណីយ៍មួយ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពសេដ្ឋកិច្ចខ្ពស់។

**៣- ការធ្វើនវានុវត្តន៍ (Innovate)**

អ្វីដែលនាំឲ្យអ្នកគ្រប់គ្រងប្រៃសណីយ៍មានការបារម្ភរាល់ពេលយប់ ថ្ងៃ គឺមិនមែនជាសមត្ថភាពរបស់ប្រៃសណីយ៍នោះក្នុងការបញ្ជ្រាបខ្លួនចូលទៅក្នុងប្រតិបត្តិការ និងការបញ្ចុះថ្លៃសេវានោះទេ ផ្ទុយទៅវិញគឺការថាតើគេបានប្រើប្រាស់ក្រុមការងារប្រកបដោយសមត្ថភាពឬនៅ? តើក្រុមការងារមានទស្សនៈវិស័យយ៉ាងណាក្នុងការទាញយកឱកាសដែលកំពុងកើតមាន និងនឹងកើតមាននាពេលអនាគតដោយរបៀបណា? និងថាតើអង្គការ ឬក្រុមហ៊ុននឹងផ្តល់សិទ្ធិដល់ពួកគេក្នុងការបត់បែនដើម្បីចាប់យកប្រយោជន៍ពីឱកាសទាំងនោះឬទេ។

ការធ្វើនវានុវត្តន៍នៅក្នុងវិស័យប្រៃសណីយ៍ មានដូចជា ការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្របែបប្រពៃណីដោយការកាត់បន្ថយចំណាយ និងការតម្លើងថ្លៃសេវា, ប្រសិទ្ធភាពនៃផលិតភាព និងការធ្វើពិពិធកម្មសេវាឲ្យក្លាយជាសេវាមួយដែលមានភាពចល័ត, សេវាហិរញ្ញវត្ថុ និងធនាគារ, ការកែទម្រង់ស្ថាប័នប្រកបដោយភាពស៊ីជម្រៅដើម្បីត្រៀមចាប់យកការកើនឡើងនៃបរិមាណកញ្ចប់បញ្ជី ឬប្រៃសណីយ៍កំណែ និងការផ្តល់ជូនអតិថិជននូវសេវាប្រៃសណីយ៍មួយដែលអតិថិជនខ្លួនឯងអាចតាមដានត្រួតពិនិត្យលើការបញ្ជូន និងចែកចាយកញ្ចប់បញ្ជី ឬប្រៃសណីយ៍កំណែបានដោយខ្លួនឯង។

**ការធ្វើនវានុវត្តន៍ដែលមានលក្ខណៈជាដំណើរការនៃការនាំមកនូវផលិតផល ឬសេវាថ្មី និងមានលក្ខណៈសាមញ្ញនៅក្នុងទីផ្សារ** (disruptive innovation- is an innovation that helps create a new market and value network, and eventually disrupts an existing market and value network (over a few years or decades), displacing an earlier technology) តែងតែនាំមកនូវកំណើនចំណូល។ កន្លងមកយើងទាំងអស់គ្នាបានឃើញករណីនៃការធ្វើនវានុវត្តន៍ជាច្រើនដែលនាំមកដោយជ័យ និងកំណើន ដូចជាក្រុមហ៊ុន 3M, Nike, Starbucks, Amazon, Apple, Google, Cisco... ប៉ុន្តែបើក្រឡេកមកមើលខាងវិស័យប្រៃសណីយ៍វិញ ភាគច្រើននៃក្រុមហ៊ុនធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍នៅតែបន្តប្រើប្រាស់យុទ្ធសាស្ត្រដោយផ្តោតលើការធ្វើនវានុវត្តន៍ដោយការធ្វើនវានុវត្តន៍លើមូលដ្ឋានបច្ចេកវិទ្យា និងទីផ្សារដែលមានស្រាប់ (sustaining innovation does not create new markets or value networks but rather only evolves existing ones with better value, allowing the firms within to compete against each other's sustaining improvements. Sustaining innovations may be either discontinuous)។ ប្រការនេះដោយសារតែអ្នកគ្រប់គ្រងបាន

កំណត់គោលដៅសម្រាប់តែរយៈខ្លី ដោយមិនមានលក្ខណៈអ្វីសម្រាប់ការកំណត់គោលដៅសម្រាប់រយៈពេលវែង។ ការបន្តធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនូវផលិតផល/សេវា និងដំណើរការធុរកិច្ចដែលមានស្រាប់គឺជាការសំខាន់ តែតាមការពិតទៅគឺការធ្វើនូវវត្ថុដែលមានលក្ខណៈដំណើរការនៃការនាំមកនូវផលិតផល ឬសេវាថ្មី និងមានលក្ខណៈសាមញ្ញនៅក្នុងទីផ្សារ ទៅវិញទៅមកដែលជួយឲ្យមានជោគជ័យជាការបង្កើតនូវចំណូលថ្មី។

ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំក្រោយនេះ យើងឃើញមានការរីកចម្រើនលំដាប់នៃការប្រកួតប្រជែងធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍។ ជោគជ័យនេះគឺបានមកដោយសារតែធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍ទាំងនោះបានផ្តល់ជូនដល់អតិថិជនរបស់ខ្លួននូវអ្វីដែលធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍មិនធ្លាប់បានផ្តល់ ដូចជាផលិតផលសេវាថ្មីដែលមានល្បឿនចែកចាយលឿនជាងមុន, ការតាមដានបញ្ជីតាមពេលវេលាកំណត់ ឬកម្រិតផ្សេងៗគ្នានៃសេវាដែលផ្តល់ជូនអតិថិជនតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជន។

ពិតប្រាកដណាស់ថា ធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍តែងតែមានការធ្វើនូវវត្ថុជារហូតតមក ក៏ប៉ុន្តែភាគច្រើននៃនូវវត្ថុទាំងនោះមិនមានលក្ខណៈជាការធ្វើនូវវត្ថុដែលមានលក្ខណៈដំណើរការនៃការនាំមកនូវផលិតផល ឬសេវាថ្មី និងមានលក្ខណៈសាមញ្ញនៅក្នុងទីផ្សារ មិនបានធ្វើការផ្លាស់ប្តូរប្រព័ន្ធនៃការគិត, ឥរិយាបថ ឬរបៀបនៃការធ្វើធុរកិច្ចរបស់គេដ៏ពិតប្រាកដនៅឡើយទេ។ គេកម្រឃើញធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍បង្កើតអ្វីដែលថ្មីទាំងស្រុងណាស់ ឬដែលមានប្រសិទ្ធភាព ឬមានអត្ថប្រយោជន៍ ឬធ្វើការគិតគូរសាជាថ្មីលើការងារប្រៃសណីយ៍តាមរយៈការបង្កើតឱកាសថ្មីដូចជាទីផ្សារថ្មីមួយ ឬប្រព័ន្ធតម្លៃថ្មីមួយណាស់។

ធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍ដែលមានជោគជ័យ មានដូចជា ប្រៃសណីយ៍អាស៊ីម៉ង់បានទទួលជោគជ័យតាមរយៈការប្រើប្រាស់ការផ្លាស់ប្តូរគំនិតក្នុងការកែទម្រង់ស្ថាប័នរបស់ខ្លួន និងការកសាងខ្លួនឲ្យខុសប្លែក, ការកៀរគរធនធានកម្ររបស់ខ្លួន, ការបន្ថែមអត្ថប្រយោជន៍ដល់អតិថិជនរបស់ខ្លួន, ការកំណត់បាននូវសេចក្តីត្រូវការថ្មីៗរបស់អតិថិជន និងការកំណត់សារឡើងវិញនូវមូលដ្ឋាននៃការប្រកួតប្រជែង- ដែលទាំងនេះហៅថា ការធ្វើនូវវត្ថុ មានលក្ខណៈជាការធ្វើនូវវត្ថុដែលមានលក្ខណៈដំណើរការនៃការនាំមកនូវផលិតផល ឬសេវាថ្មី និងមានលក្ខណៈសាមញ្ញនៅក្នុងទីផ្សារ។

នៅភូមិភាគអាស៊ីអាគ្នេយ៍ ប្រៃសណីយ៍សិង្ហបុរី (SingPost) បានប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រទាក់ទាញបាននូវកំណើនចំណូលយ៉ាងគំហុកតាមរយៈការទិញទំនិញតាមអាំងទែណែត ដោយបានបង្កើតជា ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីនៃការធ្វើពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិចមួយដែលសម្រួលដល់ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មដោយផ្ទាល់រវាងអ្នកលក់ និងអ្នកទិញ (an end-to-end e-commerce ecosystem) សម្រាប់អ្នកលក់រាយ ឬអ្នកផ្តល់សេវា រួមមានគេហទំព័រ, កាតាឡូកស៊ីពីខ្សែសង្វាក់សេវា, ការធ្វើម៉ាយេតធីងនៅលើគេហទំព័រ, មជ្ឈមណ្ឌលឆ្លើយឆ្លងតាមទូរសព្ទសម្រាប់អតិថិជន, ការបង់ប្រាក់

សម្រាប់សេវាដែលមានលក្ខណៈសាមញ្ញ និងងាយស្រួល, ការគ្រប់គ្រងការទូទាត់បញ្ជី, ការទុកដាក់បញ្ជី ឬទំនិញ, ការដឹកជញ្ជូន, ការចែកចាយ និងការបញ្ជូនបញ្ជីត្រឡប់វិញ។

ការពិនិត្យមើលឡើងវិញអំពីទំលាប់ (វប្បធម៌) គឺជាកត្តាចំបងបំផុតសម្រាប់ធានាជោគជ័យ។ មានសំណួរសួរថា តើអង្គការបែបប្រពៃណីមួយដែលមានឋានានុក្រមសុគ្រស្មាញ មានឯកប្បួលនៅក្នុងទីផ្សារ (ផ្តាច់មុខ) ប្រកបដោយការិយាធិបតេយ្យ ភ្ជាប់រួមជាមួយនឹងកាតព្វកិច្ចផ្តល់សេវាដល់សាធារណៈ និងសេវាសកល អាចបំបែកខ្លួនបែបណាឲ្យទៅជាក្រុមហ៊ុនបែបចំណាត់ថ្នាក់ពិភពលោកមួយ, មានភាពរឹងមាំ, អាចប្រកួតប្រជែង, ធ្វើធុរកិច្ចទៅតាមសេចក្តីត្រូវការរបស់អតិថិជនដោយផ្ដោតលើការធ្វើនវានុវត្តន៍ជាយុទ្ធសាស្ត្រ និងបំពេញការងារពិតប្រាកដ មិនគ្រាន់តែថាឲ្យតែបាន?

ជាចម្លើយគឺ អ្នកដឹកនាំពោរពេញដោយមហិច្ឆិតា ដែលផ្ដោតសំខាន់លើការរីកចម្រើនរបស់អង្គការ, នាំមុខគេជាគំរូ និងប្រមូលផ្តុំនិយោជិត និងអតិថិជននៅជុំវិញខ្លួន តាមរយៈទស្សនៈ ឬគំនិតច្បាស់លាស់ និងប៊ុនប្រសប់ ដែលស្វែងចេញនូវសេចក្តីត្រូវការពិតប្រាកដរបស់អង្គការ ឬស្វែងចេញមកថា តើអង្គការមានទិសដៅទៅណា? ចង់ក្លាយខ្លួនជាអ្វី? និងជម្រុញលើកទឹកចិត្តដើម្បីឲ្យសម្រេចបានតាមទិសដៅ។

ប្រការសំខាន់ផងដែរនោះ គឺការប្រែក្លាយទៅជាទំលាប់ (វប្បធម៌) មួយដែលលុបបំបាត់ចោលនូវកត្តារាំងដល់ការធ្វើនវានុវត្តន៍, ការប្រមូលផ្តុំប្រើប្រាស់និយោជិតដែលតែងតែរួមចំណែកផ្តល់នូវគំនិត ដែលនាំមកជោគជ័យដល់អង្គការ, ការចេះស្តាប់ និងរៀនពីអ្នកដទៃ, ការបង្កើតចេញនូវផលិតផល ឬសេវាថ្មីដែលអាចធ្វើធុរកិច្ចបាន ហើយអាចចូលក្នុងទីផ្សារបានក្នុងរយៈពេលខ្លី និងត្រូវគោរពអតិថិជន និងភាគហ៊ុននិកទាំងអស់ឲ្យបានម៉ឺងម៉ាត់។

**៤- បង្កើតប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសម្រាប់ការទទួលបានចែកចាយទំនិញដែលទិញតាមអ៊ិនទែណេត (Create an Ecosystem)**

វិស័យប្រៃសណីយ៍កំពុងតែវិវត្តទៅកាន់ការធ្វើសមាហរណកម្មរវាងប្រៃសណីយ៍ នឹងម៉ូដែលចែកចាយ និងវិស័យសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់តាមរយៈការលក់រាយតាមអ៊ិនទែណេតល្បីៗ- នៅពេលដែលគ្រប់ការបញ្ជាទិញ, ជម្រើសនៃការដឹកជញ្ជូនទំនិញ និងប្រព័ន្ធឃ្លាំងផ្ទុកទំនិញត្រូវបានធ្វើសមាហរណកម្មបញ្ចូលគ្នាពេញលេញ នោះវានឹងធ្វើឲ្យតម្លៃ មានការចុះថោក។ នៅតាមទីក្រុង ធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍នឹងត្រូវប្រើប្រាស់នូវប្រព័ន្ធចែកចាយដោយឡែក និងមានតម្លៃថោកមួយ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព សម្រាប់ការចែកចាយបញ្ជីទំនិញដែលទិញតាមអ៊ិនទែណេតឲ្យដល់ផ្ទះ ឬកន្លែងធ្វើការ ឬកន្លែងទទួលបញ្ជី នៅក្នុងថ្ងៃតែមួយ។

តាមការស្រាវជ្រាវបានឲ្យដឹងថា ការចំណាយលើការទិញទំនិញតាមអ៊ិនទែណេតនឹងមានការកើនឡើងនៅប្រទេសចិន និងនៅអាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក។ ការចំណាយលើការទិញទំនិញតាមអ៊ិនទែណេតនៅប្រទេសចិននឹងមានការកើនឡើងពី ២៩៤ពាន់លានដុល្លារនៅឆ្នាំ២០១៣ ដល់៦៧២ពាន់លានដុល្លារនៅឆ្នាំ២០១៨។ ប្រទេសចិន ជប៉ុន កូរ៉េខាងត្បូង ឥណ្ឌា និងអូស្ត្រាលី ត្រូវបានគេប៉ាន់ស្មានថានឹងវាដាច់ប្រទេសអាមេរិក និងអឺរ៉ុបខាងលិច លើការ

ចំណាយទិញទំនិញតាមអ៊ិនធើណែតដែលនឹងកើនឡើងពី៣៩៨ ពាន់លានដុល្លារនៅឆ្នាំ២០១៣ ដល់ ៨៥៨ ពាន់លានដុល្លារនៅឆ្នាំ២០១៨។

ចំពោះបណ្តាប្រទេសនៅភូមិភាគអាស៊ីអាគ្នេយ៍ រាប់ចាប់ពីប្រទេសឥណ្ឌូណេស៊ី ថៃ ម៉ាឡេស៊ី វៀតណាម និង ហ្វីលីពីន ជាដើមមានប្រជាជនប្រមាណ៦០០លាននាក់ ដែលកំពុងមានទំនោរយ៉ាងខ្លាំងទៅរកការប្រើប្រាស់ បច្ចេកវិទ្យាទូរស័ព្ទចល័ត ក្នុងការបញ្ជាទិញទំនិញតាមអ៊ិនធើណែត។

**៥- ផ្តល់សេវាចល័ត (Go Mobile)**

យោងតាមទស្សនាវដ្តី 100 People: A World Portrait បានធ្វើការបរិយាយថា គិតត្រឹមឆ្នាំ២០១៤ មាន ប្រជាជនពិភពលោក ៧៥% នៃចំនួនសរុប ៧ពាន់លាននាក់មានទូរស័ព្ទដៃ, 30%គឺជាអ្នកសកម្មប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ អ៊ិនធើណែត និង២០%មានកុំព្យូទ័រប្រើប្រាស់ ឬប្រើរួមគ្នា។

ទូរស័ព្ទប្រភេទឆ្លាតវៃមានប្រមាណ៤០%នៃចំនួនទូរស័ព្ទចល័តទូទាំងពិភពលោក ហើយកំពុងមាននិន្នាការ កើនឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័ស។ អ្នកប្រើប្រាស់ទូរស័ព្ទប្រភេទឆ្លាតវៃមានការរំពឹងថា អ្វីៗដែលគេចង់បាន ទាំងសេវា ទាំង ព័ត៌មានគឺត្រូវតែមានភ្លាម តាមរយៈការប្រើទូរស័ព្ទរបស់ពួកគេ នៅពេលណាក៏ដោយ កន្លែងណាក៏ដោយឲ្យតែគេចង់ បាន គឺត្រូវតែមានស្រេចក្នុងដៃគេតែម្តង។ ពួកគេចង់មានការភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាប្រចាំ, ការទទួលបានព័ត៌មាន, ការ ទំនាក់ទំនង, មិត្តភក្តិ, ផលិតផលនានា និងការកំសាន្ត។

បន្ថែមលើនេះទៀតការធ្វើនវានុវត្តិ និងការវិនិយោគក្នុងវិស័យទូរគមនាគមន៍ចល័ត (រួមមាន ប្រព័ន្ធទិន្នន័យ ចល័តល្បឿនលឿន, ៤G LTE, Boadband និងការផ្ទុកទិន្នន័យពពកប្រកបដោយសុវត្ថិភាព ជាដើម), ការកើនឡើង នូវចំនួនអ្នកចង់ប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ និងព័ត៌មាន ក៏ដូចជាចំនួនប្រជាជនកាន់តែច្រើនឡើងៗនៅក្នុងបណ្តាប្រទេស កំពុងអភិវឌ្ឍន៍ប្រើប្រាស់សេវាទំនាក់ទំនងតាមរយៈការប្រើប្រាស់ទូរស័ព្ទប្រភេទឆ្លាតវៃ។

បច្ចុប្បន្ននេះ ទូរស័ព្ទប្រភេទឆ្លាតវៃត្រូវបានគេប្រើប្រាស់ជំនួសឲ្យ កាបូបលុយ, សៀវភៅធនាគារ, កូនសោរ, ប្រព័ន្ធគ្រួតពិនិត្យសន្តិសុខតាមផ្ទះ, អត្តសញ្ញាណប័ណ្ណ, ប័ណ្ណសំគាល់សមាជិកភាព និងក្រេឌីតកាត។ សព្វថ្ងៃនេះមាន កម្មវិធីច្រើនប្រភេទសម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃត្រូវបានគេបង្កើតឡើងដើម្បីបំពេញតាមសេចក្តីត្រូវការរបស់អ្នក ប្រើប្រាស់ ហើយបានបង្ខំឲ្យវិស័យដទៃទៀត រួមទាំងវិស័យប្រៃសណីយ៍ផងដែរ ត្រូវតែធ្វើការពិនិត្យឡើងវិញ និងរុះរើ របៀបរបបបំពេញការងារ និងការធ្វើធុរកិច្ច។

សម្រាប់វិស័យប្រៃសណីយ៍ ដើម្បីធានាឲ្យមានជោគជ័យក្នុងធុរកិច្ចចាំបាច់ត្រូវតែប្រកាន់យកការធ្វើនវានុវត្តលើ សេវាចល័ត។ បច្ចុប្បន្ននេះមានធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍ជាច្រើនបានបង្កើតឲ្យមានកម្មវិធីក្នុងទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃដែលអនុញ្ញាតជូន អ្នកប្រើប្រាស់សេវាប្រៃសណីយ៍អាចស្វែងរកលេខកូដប្រៃសណីយ៍, ការគណនាថ្លៃដឹកជញ្ជូន, ការទទួលយកកញ្ចប់ បញ្ជី, ការផ្តល់ព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធនឹងផលិតផល, អនុញ្ញាតជូនអតិថិជនទិញ/លក់ផលិតផលតាមអាំងធើណែត, ការ ស្វែងរកបញ្ជីប្រៃសណីយ៍ ឬទីតាំងប្រអប់សំបុត្រ, ការតាមដានចរាចរនៃបញ្ជី, ការបញ្ជាទិញកាតប្តូរស្តាប់ដែលមាន

បោះពុម្ពបង្ហាញខ្លួននៅភ្ជាប់ជាមួយ និងការលេងសន្សំតែម្តង។ ប៉ុន្តែមានធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍មិនច្រើនប៉ុន្មានទេបាន ឃើញពីចំណុចខ្លាំង និងជោគជ័យនៃការផ្តល់សេវាប្រៃសណីយ៍ចល័ត។

ក្រុមហ៊ុនស្វីសប៉ុស្តិ៍បានបង្កើតជាកម្មវិធីតាមទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃដោយផ្តល់ជូនអតិថិជនរបស់ខ្លួននូវប្រភេទធុរកិច្ច ដូចបានរៀបរាប់ខាងដើម និងរួមទាំងការផ្តល់ជូនដល់អតិថិជនអាចអាចសំបុត្រលើទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃ តាមរយៈប្រអប់ សំបុត្រអេឡិចត្រូនិក និងការទូទាត់ ព្រមទាំងការពិនិត្យសាច់ប្រាក់នៅក្នុងគណនីយុវរបស់ខ្លួនដោយប្រើកម្មវិធី ប្រៃសណីយ៍ហិរញ្ញវត្ថុចល័ត (PostFinance Mobile)។ ក្រុមហ៊ុន The Swiss Post Solutions Group បានស្នើសុំ ឯកសារ រួមទាំងសំបុត្រចំនួនរាប់លានទំព័រសម្រាប់អតិថិជន ដែលភាគច្រើនប្រើប្រអប់សំបុត្រស្វីសប៉ុស្តិ៍ (Swiss Post Box) ហើយអាចអានសំបុត្ររបស់ខ្លួនជាបែបឌីជីថាលើទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃ ឬតាមអាំទែណេតនៅគ្រប់ទិសទីនៃ ពិភពលោក។

**៧- សមាហរណកម្មសេវាប្រៃសណីយ៍ជាមួយសេវាផ្សេងទៀត (Integrate your channels)**

មានប្រភេទនៃការលក់រាយថ្មីជាច្រើនបាន និងកំពុងពេញនិយម ពោលគឺបច្ចុប្បន្ននេះអតិថិជននិយម ចូលចិត្តការបញ្ចូលគ្នានៃសេវានានាក្នុងកន្លែងតែមួយ និងនិយមប្រើប្រាស់សេវាលក់រាយដោយមិនរើសទីតាំងមិនថាជា បញ្ជីប្រៃសណីយ៍, ជាគេហទំព័រ, ជាកម្មវិធីទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃចល័ត ឬជាសេវាសម្រាប់អតិថិជន។ អតិថិជនភាគច្រើន ចង់បានកន្លែងមួយ ឬក្រុមមនុស្សមួយក្រុមដែលអាចផ្តល់សេវាគ្រប់បែបយ៉ាងទាំងអស់នៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីនៃការធ្វើ ពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកមួយដែលសម្រួល ដល់ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មដោយផ្ទាល់រវាងអ្នកលក់ និងអ្នកទិញ។

ការធ្វើសមាហរណកម្មសេវាប្រៃសណីយ៍ជាមួយសេវាផ្សេងទៀតគឺជាការបង្កើតនូវបណ្តុំសេវាជូនអតិថិជន ដោយជួយក្នុងការបំពេញគ្នាទៅវិញទៅមកនៃភាពខ្លាំងរបស់សេវាមួយ ដល់ភាពខ្សោយនៃសេវានីមួយទៀត។ ឧទាហរណ៍ ដោយយកសេវាដែលត្រូវការចំណាយថ្លៃដើមខ្ពស់ យកទៅដាក់រួមគ្នាជាមួយសេវាផ្សេងទៀតដែលត្រូវការចំណាយថ្លៃ ដើមទាប។ ការធ្វើបែបនេះ ធុរកិច្ចប្រៃសណីយ៍មិនត្រឹមតែអាចបំពេញបានតាមសេចក្តីត្រូវការរបស់អតិថិជនប៉ុណ្ណោះទេ តែនៅបានប្រមូលផ្តុំបាននូវព័ត៌មានរបស់អតិថិជន និងសណ្ឋាននៃការទិញលក់ ដែលជាព័ត៌មានមានសារប្រយោជន៍ សម្រាប់ការទទួលបានជោគជ័យ, សម្រាប់ការធ្វើម៉ាយីតដឹងកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព, កាត់បន្ថយបានថ្លៃចំណាយលើ ការជួលឃ្នាំង និងការកត់ត្រាទុកដាក់ និងបង្កើនចំណូល និងការដណ្តើមបានទីផ្សារកាន់តែធំ។